TÉCNICAS BÁSICAS PARA HABLAR EN PÚBLICO

Andalucía
ESCUELA FRANCISCO
LARGO CABALLERO

ÍNDICE

MÓDULO 1.- CLAVES PARA HABLAR EN PÚBLICO

LA ORATORIA

Como otras tantas actividades humanas no se conoce cuando nació la Oratoria, arte que se define cómo el de la recta y bella expresión hablada.

Los relieves egipcios, sumerios, los viejos papiros de Bubastis y las tablas asirias muestran el valor de la palabra hablada en transacciones comerciales, tratados políticos, campañas militares y la difusión de las doctrinas religiosas.

Muchos consideran que la oratoria, como arte especializado empezó a considerarse en Sicilia, si bien, su desarrollo fundamental se centró en Grecia, donde la oratoria alcanza su valor como instrumento para influir y conseguir prestigio y poder político.

A través de los logógrafos, que se encargaban de redactar discursos para los tribunales, conocemos el valor de personajes como Lisias. Si bien, fue Sócrates quien creó una famosa escuela de oratoria en Atenas con un concepto más amplio y patriótico. El orador debía ser un hombre instruido y movido por altos ideales éticos, a fin de garantizar el progreso del estado.

¿QUÉ DEFINE A UN BUEN ORADOR/A?

Es aquel/lla que tiene un objetivo bien definido sobre lo que quiere, lo logra a través de la persuasión, consiguiendo que los vean como posible aquello que cuenta, conjugando las tres V's (lo vocal, lo verbal y lo visual), de manera que la congruencia sea el factor dominante en la "historia" que éste plantea. En definitiva, se trata de trabajar la credibilidad.

LA CREDIBILIDAD. El papel de las tres V's.

La Credibilidad de una fuente o mensaje tiene que ver con los componentes objetivos y subjetivos que definen la capacidad de ser escuchado y por tanto de ver como posible aquello que un determinado interlocutor defiende. Tradicionalmente, la credibilidad se compone de dos dimensiones principales: capacidad de generar confianza y grado de conocimiento, donde ambas poseen componentes objetivos y subjetivos. Es decir, la capacidad de generar confianza es un juicio de valor que emite el receptor basado en factores subjetivos. En forma similar el grado de conocimiento puede ser percibido en forma subjetiva aunque también incluye características relativas objetivas de la fuente o del mensaje (por ejemplo, antecedentes/

referencias de la fuente o calidad de la información). Otras dimensiones secundarias son por ejemplo, el dinamismo o carisma de la fuente y la atracción física que genera.

1. Habilidades para triunfar

1.1.- EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

Uno de los factores más importantes a la hora de afrontar una exposición pública es darnos cuenta de que no estamos solos. Sentirnos evaluados, observados nos lleva a valorar aspectos de nuestro comportamiento que en una situación de "confortabilidad" aparecerían desapercibidos, o simplemente no aparecerían.

El temor a hablar en público tiene su base en la reacción del cuerpo a una verdadera amenaza psicológica, está claro que el hablar en público no representa ninguna amenaza a la vida o al cuerpo, pero si amenaza su sentido de bienestar.

Todos tememos aparecer como tontos frente a otras personas, debido a que existe una amenaza real o imaginaria, nuestros cuerpos reaccionan fisiológicamente a una amenaza.

¿Que se puede hacer para eliminar el miedo escénico?

No se puede eliminar, pero si se puede controlar y esto tiene que ver con entrenar una serie de habilidades poniendo en valor recursos que contribuyan a reforzar la confianza y la comodidad necesarias para influir positivamente en los demás.

1.2.- LOS RECURSOS PARAVERBALES (LO VOCAL)

Claridad

La claridad es cómo la ejecución musical. Es preciso hablar despacio para articular con claridad, para que el maxilar, la lengua y los labios tengan flexibilidad y precisión en los movimientos.

Intensidad

El factor que más influye en la inteligibilidad, es el nivel sonoro de las palabras que depende de la distancia entre emisor y receptor y la intensidad de los sonidos ambientales.

Si el orador aspira a dar la impresión de energía, aumentará la fuerza de su voz, hablar en voz baja puede sugerir que no está seguro de sí o que no cree en lo que dice.

Flexibilidad

¿Cómo hacer para que las ideas centrales se destaquen sobre las demás?

Para que se destaquen es necesario trabajar la velocidad, las pausas, el ritmo y el tono.

Velocidad

En su mayoría las personas hablan a una velocidad de 120 a 180 palabras por minuto, pero no es posible hacerlo a una velocidad uniforme. La velocidad debe ajustarse al tipo de pensamiento o sentimiento que el orador trata de transmitir, la rapidez en el hablar es un obstáculo para mejorar la dicción y corregir sus defectos, hay que hablar lentamente sí, pero cómo un ejercicio para frenar el impulso instintivo de correr para acostumbrarse a utilizar más los músculos de la boca y dominarlos mejor.

Pausas

Las pausas sirven para puntuar los pensamientos, del mismo modo que la coma, punto y coma y punto sirven para separar las palabras escritas en grupos de pensamientos, las pausas nos ayudan a separar las palabras habladas en unidades que tienen un significado en conjunto.

La pausa permite fácilmente las inflexiones de la voz, el cambio de tono y de ritmo y contribuye a mantener más viva la atención.

Ritmo

Armoniosa sucesión de sílabas que se obtiene combinando acertadamente pausas, acentos etc.

La relación entre los acentos y las pausas crea esa cadencia o pulsación que se conoce con el nombre de ritmo.

Tono

Para dar más sentido y mayor expresividad a la palabra, debe graduarse con pequeños matices diferentes, la intensidad y el volumen de la voz.

Enfasis

Es la fuerza de expresión con la que se quiere realzar la importancia de lo que se dice.

Dar sentido a lo que se dice, acentuar lo que tiene más interés, poner énfasis (equivale al subrayado de la expresión escrita); en aquellas frases en que el emisor quiere llamar la atención de los que escuchan, es fundamental.

Concisión

Utilizar solamente las palabras indispensables, justas y significativas para expresar lo que se quiere decir, la concisión es enemiga de la redundancia, el titubeo excesivo, obstruye los canales de la comunicación.

Coherencia

Las relaciones entre las ideas expuestas deben ser lógicas.

Sencillez

Se refiere tanto a la composición de lo que hablamos como a las palabras que empleamos, sencillez es huir de lo enrevesado, de lo artificioso.

Naturalidad

Un orador será natural cuando se sirve de su propio vocabulario, de su habitual modo expresivo, hablar naturalmente es procurar que las palabras y las frases sean las apropiadas para cada ocasión.

Modulación

Acción de dar a la voz las inflexiones adecuadas a la expresión de los efectos, separar en sílabas.

Dicción

Se refiere al pronunciamiento o articulación de las palabras.

Inflexión

Es el cambio de tono durante la emisión del sonido.

PRÁCTICA 1. EJERCICIOS PARA TRABAJAR LA VOZ ANTES DE UNA INTERVENCIÓN EN PÚBLICO

1. Respiración.

- Nos tumbamos en el suelo y ponemos un libro en la barriga, inspiramos y respiramos para que suba y baje. Así entrenamos la respiración costodiafragmática.

- Antes de una intervención inhalamos 10 segundos. Retenemos 10 segundos y exhalamos 10 segundos. Así durante varias veces.

- De pie y en posición de firme, con las manos en las caderas, inspirar profundamente y en forma explosiva con energía decir JA JE JI JO JU.

- De pie, inspirar profundamente y leer en voz alta sin pronunciar los signos de puntuación, hasta que le alcance el aire sin mucho esfuerzo.

2. Vocalización.

- Con un bolígrafo en los labios leemos un pequeño texto para entrenar los músculos que intervienen en la formación de los sonidos.

- También resultan útiles los trabalenguas.

3. Volumen.

- Para proyectar la voz, es decir no gritar pero que resulte audible, imaginaremos a nuestra abuela al fondo (un punto fijo) y le hacemos llegar nuestra conversación a ella, de manera audible.

4. El Tono.

- Es la melodía de la voz y con él se expresan emociones (duda, seguridad, ironía, tristeza…). Elegiremos una frase y la leeremos con diferentes tonos. Por ejemplo: “Menuda suerte ha tenido”.

5. Las inflexiones.

- Sirven para destacar un elemento del discurso (palabra, o concepto, sobre el que queremos llamar la atención). Reflejan seguridad, control, y dominio de lo expresado.

Por ejemplo en la frase "El objetivo es cubrir todas las vacantes de esta convocatoria" podemos recalcar diferentes palabras con diferentes intenciones.

"objetivo"--------------------(lo más importante)

" todas" ----------------------(no una, ni dos, ni diez..)

" esta"…………………….(no de otra)

6. Las pausas. El papel de los silencios en el ritmo.

Para poner en práctica todo lo que acabamos de ver vamos a marcar las pausas posibles en el texto siguiente (/ son las pausas cortas dentro de las frases, y // son las pausas largas al final de cada frase):

Buenos días//.

El objetivo de la reunión de hoy es analizar el avance del proyecto de Recursos Humanos //.

El objetivo / de la reunión de hoy / es analizar / el avance del proyecto / de Recursos Humanos//.

El objetivo de la reunión de hoy / es analizar / el avance/ del proyecto de Recursos Humanos.

El objetivo / de la reunión de hoy / es analizar el avance / del proyecto / de Recursos / Humanos //.

El objetivo / de la reunión de hoy / es/ analizar el avance / del proyecto de Recursos Humanos //.

1.3.- EL LENGUAJE CORPORAL (Lo Visual)

Nos comunicamos con nuestros oyentes por medio de palabras, pero además con la expresión corporal.

Por medio del lenguaje corporal podemos comunicarnos sin hablar y dar una impresión de simpatía, de hostilidad, de desdén o de indiferencia, por el solo movimiento de los hombros, manos o cejas.

Dentro de los recursos gestuales, son dos, el rostro y las manos los conocidos como los grandes delatores porque "delatan" información de carácter emocional que contribuye a reforzar nuestro mensaje, contradecir o incluso incorporar nuevos matices.

El rostro no puede permanecer inmóvil mientras se habla porque da sensación de monotonía y de que estamos distantes del público.

Cuando se habla ante un micrófono se actúa de un modo rígido, casi sin libertad de movimientos, puesto que el emisor no puede separarse del aparato que expande, so pena de que su voz quede ahogada, pero normalmente los oyentes ven al orador a la vez que lo están escuchando, por lo que es muy importante la conducta física.

El auditorio aprecia el significado de la expresión facial, el modo en que el orador se sitúa, se desplaza, los gestos etc.

La postura corporal. Los cuatro territorios de la comunicación.

Al hablar del lenguaje no verbal es fundamental analizar los diferentes territorios de la comunicación que van a influir en la postura corporal, los gestos y la voz. Al hablar frente a varias personas en una reunión o de pie nos enfrentamos a un espacio desconocido que no podemos controlar. Esta situación genera inseguridad y por tanto podemos sentirnos amenazados por ese público que expectante nos evalúa. El público puede convertirse en una amenaza o en un aliado. Y es que cada uno de nosotros está en una "burbuja invisible" que se divide en cuatro territorios que vamos a abrir en función de nuestra percepción del mundo exterior y del papel que hemos elegido desempeñar (protección, defensa, explorador, etc…).

El territorio íntimo

Es el territorio que abrimos a la familia, los amigos más íntimos. Aceptamos una gran proximidad física con una persona, por ejemplo abrazándola.

El territorio social

Corresponde más o menos a un brazo extendido de parte de cada interlocutor. Es la zona que abrimos a la jerarquía, los clientes, las personas que saludamos la primera vez.

El territorio público

Es el territorio del orador, cuando tenemos el papel protagonista hablando en una reunión, una presentación etc.. La apertura de este territorio es lo que provoca el miedo escénico porque en este momento el orador tiene que dejar su territorio íntimo y conquistar un espacio que le obligue a salir de los límites de su cuerpo. Una persona tímida va a tener un territorio personal más amplio, porque va a poner una zona de protección más importante, mientras que una persona más abierta dejará entrar con mayor facilidad y confianza al espectador, pues su seguridad no se verá afectada.

La percepción del espacio público es la clave de todo el proceso de comunicación, porque nos permite una medida justa de los recursos. El orador tiene que mandar señales al público coherente con el contexto y su papel protagonista.

La postura corporal

Los pies y las piernas constituyen una zona de observación interesante del cuerpo porque es una zona siempre en movimiento. Algunos psicólogos la llaman "zona de derivación" porque emite señales de estrés o de tensión inconscientes, como por ejemplo: la punta del pie que marca el compás debajo de la mesa. Por eso, salir caminando hacia un público en una convención no es para restarle importancia, ya que nuestro andar demuestra nuestra percepción de los demás y del mundo exterior.

La intensidad del apoyo de los pies al caminar va a mostrar pasos seguros o inseguros y por eso existen varios apoyos que podemos destacar cuando caminamos y que están relacionados con nuestro perfil de orador.

- o El apoyo sobre la punta de los pies o el orador. Yo (-) y el público (-). Se trata de caminar apoyando solamente la punta de los pies en el, lo que caracteriza a una persona con falta de anclaje en el mundo concreto. Transmiten inseguridad y poca firmeza.

o El apoyo con el talón o el orador Yo (+), el público (-). Si se camina pisando fuertemente el suelo con el talón, esta persona quiere dejar sus huellas a la fuerza. Son personas bastante prepotentes, invasivas, que entran en contacto con los demás sin hacerles caso. En general, las personas que andan así, se paran con las piernas muy separadas, la pelvis hacia delante, mostrando una postura desafiante.

o El apoyo con los pies ligeros, o el orado Yo (-), el público (+). Es caminar sin tocar realmente el suelo, dejando pocas huellas. El contacto con el suelo es ligero, sin fuerza. Son andares que no transmiten energía, voluntad... El orador hablará sin parar de mover los pies, demostrando su inseguridad y su malestar.

o El apoyo equilibrado de todo el pie en el suelo, o el orado Yo (+), el público (+). Se trata de caminar con un apoyo equilibrado entre el talón, la bóveda y la punta, lo que denota un orador seguro de sí mismo y que demuestra confianza en él. Tiene una buena percepción de la realidad y del momento presente. Cuando caminamos, los brazos acompañan los pasos y son ellos los que completan la percepción visual que el público tendrá del orador en este momento. Andamos con la ayuda del movimiento de los brazos que se balancean delante a atrás de manera equilibrada. Cuando caminamos los brazos deben mantener el cuerpo centrado, pero si un brazo toma más protagonismo que otro, el cuerpo se desequilibra a la derecha o a la izquierda, según sea el caso.

o El protagonismo del brazo izquierdo o el lado de las emociones y el pasado. El excesivo balanceo del brazo izquierdo demuestra que esta persona está más centrada en el pasado, es un espíritu más contemplativo que activo. Puede ser demasiado prudente en su implicación en el futuro.

o El protagonismo del lado derecho o el lado del control cerebral y del futuro. El brazo derecho simboliza el futuro, el entusiasmo, las ganas de descubrir y de lanzarse. La exageración y la fuerza del movimiento enseñan que esta persona toma decisiones demasiado rápido. Le falta constancia y pasa de una idea a otra sin acabar sus acciones.

o Los dos brazos separados del cuerpo y tensos. Representan la rigidez mental y emocional. Los dos brazos rígidos y tensos que no se balancean, simbolizan una persona poco emocional, no es un espíritu contemplativo (pasado), ni tampoco mira hacia el futuro. Es una persona que se queda en el presente y puede llegar a una cierta rigidez.

La buena postura de pie para arrancar una presentación

- Las piernas tienen que estar separadas a lo ancho de las caderas. El peso del cuerpo tiene que repartirse bien entre las dos piernas.

- La espalda tiene que estar erguida.

- Los brazos caen a lo largo del cuerpo sin tensión en los hombros o manos.

- La cabeza está recta, con el mentón ligeramente inclinado hacia el pecho.

- El cuerpo tiene que echar raíces en el suelo. Hay que anclarlo.

Las manos y los brazos

Las manos constituyen un pequeño problema cuando uno no está acostumbrado a hablar en público, al principio son un estorbo.

Algunos consejos

1. Si el tema no requiere que sea expuesto de modo expresivo, la postura correcta será mantener las manos quietas (cruzadas una encima de la otra es una postura cómoda).

2. En todos los gestos, ha de actuarse con naturalidad.

3. Las manos y brazos deben acompañar lo que se dice, en completa armonía.

El rostro.

La expresión del rostro ha de ser siempre natural y espontánea, de modo que revele esa naturalidad propia de los que se encuentran cómodos con sus escenarios. Las expresiones del rostro en muchas ocasiones hablan a menudo, con más elocuencia que las palabras.

Algunos consejos para hablar de pie

1. Acercarse al estrado en forma natural.

2. Durante la presentación mirar a los asistentes y al presentador.

3. No empezar enseguida, buscaré a mi aliado/as en las primeras filas (los dos extremos de las dos primeras filas y me dirigiré a ellos con una sonrisa y de manera natural empezaré a hablarles personalizadamente). Me tomaré unos momentos para organizar las ideas y mirar a los oyentes (30 segundos aproximadamente).

4. Mantenerse recto, sin rigidez, con los pies separados unos 30 cm. balanceando el peso de un pie al otro.

5. Al subrayar un punto importante se puede avanzar unos pasos hacia adelante.

6. Fijar los ojos brevemente en el suelo indica reflexión.

7. Al terminar el discurso no apresurarse a abandonar la sala, luego salir con paso firme. Buscaré a mis aliados para finalizar la presentación.

PRÁCTICA 2. EL LENGUAJE DE LOS GESTOS.

Analizaremos una entrevista realizada por un conductor-presentador a un personaje político y analizaremos los diferentes mensajes emitidos a través de los diferentes lenguajes (verbal, vocal y visual).

¿Qué efecto tiene sobre la credibilidad del entrevistado?

http://www.zappinternet.com/video/bacGxaRruF/Luis-del-Olmo-Vs-Aznar

Observaremos la postura corporal de diferentes oradores. Buscaremos nuestra postura adecuada.

EVALUACIÓN MÓDULO 1

1.- Señale cual de estas afirmaciones no es correcta.

a) La credibilidad de un orador tiene que ver con los componentes subjetivos y objetivos que definen la capacidad de ser escuchado aunque el discurso carezca de congruencia.

b) Los componentes subjetivos y objetivos definen la capacidad de ser escuchado y por tanto tienen una relación directa con la credibilidad del orador.

c) La credibilidad de una fuente o mensaje tiene que ver con los componentes objetivos y subjetivos para ser escuchado y tiene que ver con la capacidad de generar confianza. Es un juicio de valor que emite el receptor basado en factores subjetivos.

2.- El miedo escénico... (señale la correcta)

a) Se puede eliminar conociendo las técnicas adecuadas y aplicándolas de manera profesional para sentirnos cómodos ante la audiencia.

b) No se puede eliminar pero sí se puede controlar y esto tiene que ver con entrenar una serie de habilidades para poner en valor recursos que nos permitan reforzar la confianza.

c) No se puede eliminar pero se puede controlar.

4.- En la credibilidad de un orador podemos trabajar sobre una serie de recursos tales como...

a) Lo vocal (recursos verbales), lo visual (recursos gestuales) y lo verbal (recursos verbales).

b) Lo recursos paraverbales, el tono y el timbre, el lenguaje corporal y los cuatro espacios o territorios de la comunicación.

c) La confianza inspirada y la “verdad” que se desprenda de su discurso.

5.- Para destacar las ideas centrales de un discurso podemos trabajar ciertos recursos paraverbales, entre ellos...

a) La claridad, y el énfasis que pretendamos imponer.

b) La velocidad, las pausas, el ritmo y el tono.

c) El énfasis, y la intensidad.

6.- Elija el recurso más eficaz si pretendiera con su discurso captar la atención, separando las palabras en grupos de pensamientos y facilitando así a la audiencia que reflexione sobre ellos.

a) Haría cambios en la velocidad de mi discurso (más rápido más lento).

b) Articularía diferentes tonos mientras voy hablando (más grave, más agudo).

c) Procuraría manejar estratégicamente las pausas, para ir incluyendo las inflexiones de voz adecuada e ir "tomando el pulso" a mi discurso mientras lo voy diciendo.

7.- Elija de las siguientes, la respuesta que no es correcta.

a) El 80% de la información que transmitimos se hace a través del lenguaje gestual.

b) Dentro de los recursos gestuales, son dos, el rostro y las manos, conocidos como los grandes delatores, los que trasladan la información de carácter emocional.

c) Por medio del lenguaje corporal comunicamos aquella información menos relevante que no afecta al sentido final del discurso.

8.- Cuando nos dispongamos a comenzar con nuestra intervención deberemos…(señale la correcta)

a) Comenzar lo antes posible, para evitar murmullos y que la gente empiece a evaluarnos con los consiguientes comentarios.

b) Evitar mirar a cualquiera de los asistentes, especialmente en las primeras filas, para controlar cualquier tipo de gesto que pueda desconcentrarnos.

c) Tomarnos nuestro tiempo. Buscar a nuestros "aliados" en las dos primeras filas y "fidelizarlos" con una sonrisa que nos permita comenzar a hablarles a ellos de forma personalizada.

9.- Elija entre las siguientes la respuesta que no es correcta.
Los pies y las piernas…

a) Constituyen la zona de derivación" porque emite señales de estrés o de tensión inconscientes.

b) Se enmarcan en una zona que siempre está en movimiento.

c) Pueden ocultarse y que no se note la tensión que en ellos se detecta.

10.- Entre los siguientes, elija el componente que asociaría con la credibilidad a la hora de evaluar a un orador.

a) La naturalidad.

b) La preparación.

c) El cargo o rango que desempeña.

MÓDULO 2.- LA PREPARACIÓN DEL DISCURSO. ¿QUÉ TENGO QUE TENER EN CUENTA?

2.1. COMO ELABORAR UNA PRESENTACIÓN EFICAZ

Hay 4 tipos generales dentro de una disertación, conferencia o discurso.

• ENTRETENER:

Busca en el auditorio una respuesta de agrado, diversión y complacencia.

• INFORMAR:

Persigue la clara comprensión de un asunto o de una idea o resolver una incertidumbre.

• CONVENCER:

Sirve para influir en los oyentes, para modificar o cambiar sus opiniones.

• PERSUADIR:

La idea es lograr una respuesta de apoyo o de acción.

Las partes de una charla o discurso

Toda charla o discurso consta de 3 partes: Apertura, Desarrollo y Cierre.

La Apertura

La apertura de la presentación es muy importante ya que en los primeros momentos se determina si logramos captar la atención del auditorio. Una apertura debe planificarse con mucho cuidado ya que crea una unión entre nosotros y el auditorio que se traduce en “quiero escucharlo”.

Como recomendaciones para abrir un discurso o presentación podemos:

1. Mencionar la ocasión. Podemos hablar del motivo de la reunión, las personas que lo han organizado. Es una de las formas más comunes.

2. Definir un término, una idea, una situación.

- Reconocer las cualidades de otro interlocutor.

- Elogiar al auditorio.

- Prometer brevedad.

- Demostrar conocimiento sobre la materia tratada.

- Utilizar citas.

- Referirse a una anécdota, o un dato, historia interesante de actualidad, demostrar neutralidad ante un cierre polémico suscitado por el interlocutor anterior.

El Desarrollo

El centro de la presentación no debe ser muy extenso ya que son pocos los puntos que puede retener el auditorio a menos que podamos convencerlo de lo que decimos a través del uso de argumentos o evidencias.

Como recomendaciones podemos utilizar los siguientes argumentos.

a) Ejemplos.

b) Comparaciones. Si la comparación es conocida por el oyente podremos influir más.

c) Estadísticas, investigaciones, datos que procedan de una fuente fiable para aportar valor.

d) Testimonios. Los testimonios serán un aporte importante en la medida en que la credibilidad del protagonista sea incuestionable.

- Tipos de testimonios:

Humanos. Poseen una credibilidad, basada en la cercanía y en la identificación directa con el interlocutor.

Sagrados. En el caso de la oratoria religiosa se cita un pasaje de cualquier fuente religiosa para confirmar.

e) Teorías. En este caso buscaremos teorías aprobadas por equipos competentes en instituciones respetables.

f) Estudios científicos o técnicos.

El cierre.

El cierre tiene como finalidad que en el auditorio perdure una buena impresión duradera. Como recomendaciones para concluir un discurso podemos hacerlo:

a) *Provocando una reflexión.* Mediante una pregunta: ¿No creen ustedes que esta nueva técnica supone una mejora para la calidad de vida de los andaluces?.

b) Utilizando una cita. Citar una frase de un/a autor/a célebre refuerza las afirmaciones hechas durante el discurso y aporta credibilidad.

c) Llamar a la acción. "Y con la situación descrita… ahora, no nos queda sino contribuir con nuestras donaciones".

d) Provocar el entusiasmo. Mediante una aseveración con una carga de implicación personal "Como ya le pasó a los franceses en la guerra de la independencia, a veces un gran ejército puede ser derrotado por un ejército inferior en armamento pero ganador en entusiasmo y trabajo en equipo".

e) Elogiar al auditorio. Nos referimos a una cualidad del auditorio destacable. "Ha sido un placer compartir estos momentos con un auditorio tan entusiasta, tan animado etc…".

f) Contar un hecho histórico. Esta referencia permanece en la memoria y nos evoca un ejemplo que podemos recordar.

g) Invitar a seguir con la charla en otro contexto. Y creo que el olor a cafelito ya nos indica que podemos seguir con esta intervención, si lo desean en el "Coffe-break".

h) Utilizar un hecho concreto que surge del momento para cerrar.

2.2. LAS PREGUNTAS

El mejor momento para aceptar preguntas es al final de la intervención. Es importante que no se interrumpa el flujo de la presentación. Además muchas de las preguntas se contestarán solas a lo largo de la presentación.

Si las circunstancias lo permiten, pediremos a la audiencia que reserven las preguntas hasta el final. Diremos cuanto durará la intervención y cuanto

tiempo habrá para preguntas y respuestas. Si la intervención es breve, esa será la mejor razón para dejar las preguntas para el final.

Muchas veces no se puede evitar las preguntas durante la intervención. Es entonces el momento para recordarle al interviniente que su pregunta puede ser planteada al final por una cuestión operativa, o si la charla es más informal, responder si no interrumpe el ritmo.

Las preguntas por sorpresa

Al efectuar preguntas, el orador establece una interacción con la audiencia. A diferencia de la presentación, que ha sido planificada y hecha por una persona, esta interacción no está completamente bajo el control del orador. El orador podrá prever algunas de las preguntas pero no tiene seguridad acerca de quien hará las preguntas o cuando y como las harán. Algunas preguntas o comentarios pueden tomarlo por sorpresa. Todo ocurre de forma rápida y sin ninguna estructuración.

Efectos negativos

• Como orador tenemos menos control sobre el flujo de información.

• La mayor tensión que siente dificulta pensar con claridad.

• El período de preguntas y respuestas puede convertirse en una discusión de grupo.

Solución

Hay que introducir puntos estructurales en la situación. Para hacerlo deberá seguir un procedimiento preestablecido. Los 6 pasos de este procedimiento hacen que este intercambio tenga una estructura manejable y cada uno presenta un beneficio para el orador.

1. Levantamos la mano al preguntar ¿Alguna pregunta? o ¿Próxima pregunta?. Se trata de dar la pauta para que la persona que tiene una pregunta levante la mano. Seleccionamos una persona para hacer la pregunta, evita que varias personas hablen al unísono.

2. Miraremos directamente a la persona y escucharemos atentamente para reconocer la idea principal de la pregunta. Permite que entendamos la pregunta, a veces las primeras palabras pueden causar un malentendido, si no captamos el sentido de la pregunta corremos el riesgo de que le interrumpan durante la respuesta.

3. Al final de la pregunta romperemos el contacto visual con la persona y lo establecemos con otra. Evitaremos que se convierta en una conversación privada y le indica a la audiencia que la respuesta es de interés para todos.

4. Si la pregunta es simple y directa la repetiremos, por el contrario la reformularemos para simplificar una pregunta larga o complicada. Nunca contestaremos sólo con un "Sí" o un "No" o con monosílabos.

5. La respuesta debe ser por lo menos de una oración, hay que decidir conscientemente si mirar o no a la persona que hizo la pregunta, cuando termina la respuesta. Esto generalmente origina otra pregunta, lo cual es útil si se desea continuar en este tema porque muestra respeto hacia la persona.

6. Si las preguntas se hacen muy largas, miraremos hacia la ayuda visual en cuanto termine de contestar la última y continuaremos.

2.3 CÓMO RESPONDER A LAS PROVOCACIONES DE LA AUDIENCIA

Ante un público hostil, donde los cuestionamientos o las provocaciones derivan en ataques verbales es fácil perder el control de la situación, con una respuesta casi inmediata de carácter verbal (una provocación incita a una respuesta verbal desde el ámbito emocional y normalmente de carácter defensivo), o bien de nuestros recursos no verbales (sudor, pulso acelerado, mirada agresiva o evasiva, voz temblorosa, volumen elevado, etc...).

Aquí se adjuntan algunas recomendaciones estratégicas para responder desde el control y de manera profesional ante posibles ataques verbales cuando se personaliza la provocación.

1.- Esquivar al agresor: gestos mudos.

<u>Objetivo:</u> Permanecer en silencio y responder al ataque con el lenguaje corporal. En este sentido, podemos:

- Mirar al agresor con los ojos exageradamente abiertos como si nos sorprendiera lo que ha dicho. No pronunciamos una sola palabra.

- Saludar amablemente con la cabeza, como si nos cruzáramos con un viejo conocido.

- Tomarnos un respiro y observar al contrario con curiosidad, como si se tratara de un ser raro y exótico.

- Sonreir sabiamente como si hubieses tenido una iluminación.

- Coger papel y lápiz y anotar el comentario insolente.

- Respiramos profundamente y expiramos muy lenta y notoriamente.

Aplicación: No justificaremos nuestro comportamiento, ni siquiera si la otra persona muestra signos de extrañeza. Retomamos nuestra charla sin gastar más energía.

2.- La desviación.

Objetivo: No responder al ataque. Demostramos que el ataque no nos afecta.

Aplicación: Cambiaremos o centramos de tema sin vacilaciones. Resistiremos la tentación de devolverle la jugada al interlocutor cambiando de tema y dominando la conversación.

Ejemplo de ataque: "No sé quien le ha recomendado para que hable usted de este tema porque no tiene ni idea…"

Respuesta: "Bueno.. es su opinión y la respeto. Siguiendo con lo que estaba comentando…."

3.- La réplica desintoxicante.

Objetivo: Rescatar la palabra que hiere u ofende. Interpelar al agresor sobre el significado de esa palabra.

Aplicación: Utilizaremos la réplica desintoxicante ante criticas injustificadas. Eliminamos las palabras ofensivas y damos al contrario la oportunidad de una argumentación objetiva.

Ejemplo de ataque: "Vaya tontería más gorda que ha dicho".

Réplicas desintoxicantes: "Qué quiere decir con "tontería gorda"?.

¿"A qué se refiere con…?" (añadir palabra envenenada).

"¿Qué significa?" (añadir palabra envenenada).

"¿Cómo definirías?" (añadir palabra envenenada).

"¿Interesante… ¿Qué supone exactamente? (añadir palabra envenenada).

3.- El comentario monosilábico.

Objetivo: Replicar el ataque con pocas sílabas.

Aplicación: El comentario monosilábico es una respuesta para ahorrar energía. Es especialmente adecuado para personas que se quedan sin recursos para afrontar una burla (en silencio).

Ejemplo de ataque: "Por lo visto ya puede cualquiera dar una asamblea en esta casa...".

Respuestas monosilábicas: "¡Vaya!"

"Ya veo, ya…"

" Bien, bien…"

" ¡Aah!"

" Interesante…".

2.4. PASOS PARA PONER EN CONTRA A NUESTRO AUDITORIO

LO QUE DICE QUIEN HABLA	LO QUE PIENSA ÉL PUBLICO
No soy orador	Ya lo sabemos
No soy el indicado	Que hable otro
No estoy preparado	Se nota
No se dé cuanto tiempo dispongo	Cuanto menos mejor
No conozco el tema	Si es así, que se calle
No se como empezar	Con tal que sepa como terminar

No pensé que sería escogido para hablar	Quien lo hubiera pensado
No quisiera aburrirlos	Y ya lo ha logrado
No pretendo hacerlo perfecto	Que lástima
No me tomen en serio	Claro que no

Y para rematar…

- Hablando un minuto más de lo que se suponía
- No levantando nunca la vista de las notas
- Riéndose histéricamente de los chistes propios
- Haciendo alarde de supervocabulario

MÓDULO 3.- LAS AYUDAS AUDIOVISUALES

Se dice que una imagen vale más que mil palabras, y las investigaciones demuestran que un 85% de la información almacenada por el cerebro se recibe visualmente. La información gráfica se recuerda con más facilidad que si fuera oída. La información puede ser presentada en una gran variedad de formas verbales o gráficas, en las intervenciones en generales muy común utilizar uno o dos medios gráficos.

EL ROTAFOLIO

A) No se deben utilizar más de 3 colores en cada hoja.

B) No se deben escribir más de 6 palabras por línea.

C) No se deben escribir más de 6 conceptos diferentes.

D) Las hojas se deben pasar de atrás hacia adelante.

Ventajas del Rotafolio

- Facilitar la presentación en forma esquemática de las ideas principales y secundarias de un tema.

- Permite concretar e ilustrar una idea por medio de símbolos visuales.

- Las ideas se exponen en forma sucesiva y se van sustituyendo en función del desarrollo del tema.

- Se pueden demostrar procedimientos, componentes de una estructura compleja o desglosar procesos integrados en varias etapas.

- El mensaje elaborado es permanente y por lo tanto se pueden almacenar para ocasiones futuras.

- Presenta un gran nivel de flexibilidad porque es posible suprimir, agregar e intercalar el material.

- Se puede usar en cualquier ambiente, lugares cerrados y al aire libre, por lo que es una herramienta ideal para el agente de cambio.

Limitaciones

- El mensaje no se puede borrar.

- Sólo es útil cuando se trabaja con grupos pequeños ya que ante un grupo numeroso surgen problemas de legibilidad.

- La preparación del material pedagógico requiere tiempo y el desarrollo de habilidades para trazar dibujos, símbolos, gráficos, etc.

Dónde ubicarlo:

- El rotafolio se debe ubicar en un sitio visible a la audiencia de manera que todos puedan ver con facilidad el contenido de cada lámina.

- El sitio más adecuado para colocar el rotafolio es el lado izquierdo del pizarrón, con relación al público.

- El expositor debe colocarse a un lado del rotafolio en el momento de realizar la presentación de las láminas y frente a la audiencia para mantener el contacto visual con todo el equipo.

La iluminación:

• Si es posible iluminaremos más el área alrededor del rotafolio, la luz estimula y aumenta la atención.

• Nunca permitiremos que el área de la audiencia permanezca a oscuras.

3.2. EL POWERPOINT

El Powerpoint es un conjunto de diapositivas para desarrollar un tema de forma gráfica, textual y sobre todo estructurada.

Aspectos implicados en la elaboración de un powerpoint:

- Contenido.

- Diseño.

- Presentación.

- Evaluación.

Contenido

- Organización sencilla, sitemática.
- Secuencia lógica, clara y coherente.
- Atractivo.

Diseño

- Texto: Un concepto por diapositiva.

  Letras mayúsculas y minúsculas.

- Tipografía: Máximo 3 estilos de letras.

  Tamaño no menor de 24 puntos.

  Estilo normal.

  Cursivas limitadas.

  Tipos de fuentes recomendadas: Arial, Tahoma, Verdana, Times.

La alineación del texto a la izquierda facilita la lectura.

La alineación del texto a la derecha es más informal.

Fondo y color

- Usaremos de tres a cinco colores por diapositiva.
- Utilizaremos colores que contrasten.
- Evitaremos mezclar el verde y el rojo.
- Destacaremos con color las palabras más importantes.
- Legibilidad de los colores: Azul oscuro y negro los más legibles.
- Fondo: colores oscuros. Contenido: colores claros.
- Tipos de colores: fríos (azules, verdes, blancos…) y cálidos (amarillos, rojos, rosas..). Elegiremos el color según el tema.

Imágenes

- Deben sustentar la información.
- “Aliviar” el contenido.
- Pertinentes.
- Resolución adecuada.
- Formatos de archivos sugeridos: JPEG, PNG, TIFF, GIF, RAW…
- Las imágenes animadas se recomienda que estén en el formato GIF.

Sonido

- Se usa para el cambio de escenario, llamar la atención sobre algún aspecto, ampliar información…
- Debe estar en relación con el tema.
- Formatos de archivos: MIDI, WAV, MP3, RA, AU.

Hipervínculo

Se trata de un texto o gráfico que sirve como indicador de vínculo hacia otro documento, presentación o programa. Se pueden editar y/o remover.

CASO PRÁCTICO FINAL.

Discurso de Marco Antonio ante la plebe. Julio César (Joseph Mankiewicz) 1953.

1.- Analizar el discurso de Marco Antonio haciendo especial hincapié en las pautas que se aportan y apoyándose en lo tratado en el curso.

1.- El marco de desarrollo del discurso. El contexto.

- Cómo se sitúa Marco Antonio ante la plebe, cuándo comienza a hablar, - control del tiempo- disposición del espacio escénico, control de la escena... –la hostilidad del auditorio-.

2.- El orador: Cualidades de Marco Antonio como orador. Análisis de los diferentes lenguajes empleados:

- Paraverbales: El valor de las pausas. Cómo las utiliza estratégicamente los silencios.

  La entonación.

  El volumen. Dónde se producen las inflexiones en el volumen y por qué.

- Gestuales: El uso de las manos como elemento de refuerzo emo cional. El movimiento de los brazos.

  La mirada. En qué momentos la utiliza de manera más evidente y para qué (analizar el comienzo y los momentos de máxima tensión).

  El cuerpo. La postura corporal. Cómo pasa de un territorio público a un territorio íntimo finalmente.

¿Qué papel juegan los grandes delatores (mirada y manos) a lo largo de desarrollo del discurso. ¿Hay cambios?.

3.- El discurso: ¿Cuál es el propósito del discurso?. ¿Lo consigue?. Cómo lo ha construido?. ¿Qué argumentos ha empleado?.

- Arranque del discurso. Analizar especialmente Las provocaciones del auditorio. El tipo de respuesta elegida (gestos mudos, desviación, comentario monosilábico o réplica desintoxicante)

¿Cómo capta la atención Marco Antonio?.

- Desarrollo. Analizar los argumentos utilizados. Qué palabra clave repite y cómo incita a la reflexión.

- Cierre. Valorar la conclusión del discurso.

¿Es una presentación dinámica?.

¿Es una presentación clara?.

¿Nos resulta breve?.

¿Y creativa?.

PREGUNTA FINAL: ¿Ha sido creíble Marco Antonio para su audiencia?

2.- Desarrollar una presentación breve de 10 minutos máximo. Exponerla y analizarla.

La documentación la aporta el profesor.

EVALUACIÓN MÓDULOS 2 Y 3

1.- Elija entre las siguientes la respuesta correcta.
El momento clave de una presentación eficaz se determina en…

a) Su desarrollo, la cantidad de información que contemple y la posibilidad de ampliar datos sobre la marcha si así lo requiere el orador/a.

b) El arranque. Es el momento clave de la presentación, ya que la apertura de una intervención debe “enganchar” al auditorio para que éste decida seguir escuchando o no.

c) Su cierre o conclusión. No importa lo que hayamos desarrollado previamente si conseguimos un final de impacto.

2.- Una fórmula que puede servir para romper el hielo al comienzo de una intervención en público podría ser…

a) Reconocer que quizás no somos el/la más preparado/a en el tema en cuestión pero que vamos a intentar hacerlo lo mejor posible.

b) Referirse a una anécdota o un dato que tenga relación con el tema de mi intervención.

c) Contar un chiste, buscando así la complicidad inicial del auditorio.

4.- En la estructura de una intervención eficaz, el desarrollo debe contemplar…

a) Todos los puntos que consideremos importantes, cuanta más información más completa.

b) Información que sepamos que nuestra audiencia no tiene y que en cualquier caso puede interesarnos que la tenga. Cuanta más mejor.

c) Una extensión limitada. El auditorio retiene dos o tres ideas clave como máximo, que nos encargaremos de ir repitiéndolas para reforzarlas con argumentos entendibles y que “conecten” en el público.

5.- Las preguntas "por sorpresa" en una intervención rompen el ritmo de la misma, para recuperarlo y seguir con la misma…

a) Contestaremos la pregunta y romperemos el contacto visual con el interlocutor para evitar que se convierta en una conversación privada. Después seguimos retomamos nuestra intervención.

b) Aclaro todas las posibles dudas, incluso las que no tengan que ver con el tema en cuestión. Así más adelante me aseguro de que no volverá a interrumpir.

c) Miro hacia otro lado como si no hubiera escuchado nada.

6. Una buena fórmula para responder a una provocación o una burla en público..

a) Es contestar al provocador, dejando muy claro quién tiene potestad en ese momento y si se da el caso, suspenderemos nuestra intervención hasta que se vaya.

b) No responder al ataque o replicarlo con pocas sílabas (si es el caso de una burla o comentario hiriente). Se trata de demostrarle al oponente que su provocación no nos afecta. A continuación conectaremos con nuestro tema y seguiremos con nuestra intervención.

c) Terminar en ese momento mi intervención, demostrando que ya no estoy cómodo/a en el lugar en cuestión.

7.- Elija de las siguientes, la respuesta que no es correcta.

a) Ante un grupo numeroso, un buen recurso para fijar la información sería utilizar el rotafolio para apoyarme en las explicaciones.

b) El lado más adecuado para colocar el rotafolio en una intervención es el izquierdo (considerando el punto de vista del público).

c) La alineación del texto procuraremos que sea a la izquierda, porque facilita la lectura.

8.- Elija de las siguientes, la respuesta que no es correcta.

a) Cuantos más recursos utilicemos, más eficaz será mi intervención.

b) Una intervención eficaz es aquella que consigue hacer reflexionar al auditorio sobre lo que he planteado.

c) Un concepto por diapositiva facilita el seguimiento de mi discurso.

9.- Elija entre las siguientes la respuesta que no es correcta.

a) La tipografía elegida en una presentación puede influir en la capacidad de atención que le prestemos.

b) Los tipos de letras curvados facilitan la legibilidad del texto

c) La tipografía no influye en absoluto en la legibilidad de un texto.

10.- Hablar en público supone una situación de evaluación en la que…

a) La naturalidad es el mejor aliado. Cualquier posible inconveniente o imprevisto será entendido/compartido por la audiencia si previamente lo desdramatizo.

b) Los demás estarán pendientes de cualquier posible fallo.

c) Por más que lo prepare, no hay garantía de que me vaya a salir bien.

ANEXO.- ALGUNOS ARTÍCULOS INTERESANTES

"EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO"

Spring Asher y Wicke Chambers

Se cuenta que Sir Lawrence Olivier -el gran actor inglés- solía vomitar antes de cada estreno teatral. Sentirse nervioso es normal. Es el temor a lo desconocido; es esa vocecita persistente en cada uno de nosotros que chilla: "Voy a olvidar lo que quiero decir"; o "Voy a tartamudear"; o "Sólo voy a hacer el ridículo"; o "Voy a hacerlo terriblemente mal".

Estas son las manifestaciones fisiológicas más frecuentes del nerviosismo y algunas recomendaciones para vencerlas.

-Mariposas en el estómago: Se recomienda comer ligero antes de una presentación; también beber agua sin hielo.

-Boca seca: Morderse la lengua provoca salivación. Es un buen truco antes de empezar a hablar.

-Vocalización y voz aguda: Respirar y dejar caer la mandíbula para relajar los músculos de la voz. Practicar hablando en voz alta con un lápiz entre los dientes, con el propósito de fortalecer los músculos de la laringe y hacer más grave una voz aguda.

-Mente en blanco: Estableceremos contacto visual para hablar con una sóla persona en público a la vez. Ofreceremos a cada una un pensamiento o idea durante dos o tres segundos. Además.. ¡hay que respirar!.

-No trate de impresionar: El objetivo es relacionarse y hacer que su auditorio se sienta cómodo. No recurra al uso de tecnicismos: Ronald Reagan hablaba ante los miembros de su público como si fueran sus vecinos.

-Nerviosismo al iniciar: Nos aprenderemos de memoria o apuntaremos una frase sencilla y la diremos con energía. También podemos empezar una pregunta para que el auditorio responda.

-Latidos fuertes del corazón: Maniobra Valsalva: Nos sentamos erguidos, colocamos los pies en el suelo, juntamos las manos, ejercite presión con las palmas juntas, y tosemos (como si estuviéramos constipados). Contamos hasta seis y nos relajamos. Esto disminuye el flujo de adrenalina, y fisiológicamente reduce el nerviosismo.

-Rubor encendido: En primer nos sentiremos afortunados por no tener el aspecto de una lánguida flor. Podemos usar una camisa de color rojo o tonalidades más rosadas para reducir este efecto.

-Balanceo: Se dice que, detrás del podio, John F. Kennedy controlaba el problema del balanceo al apoyar los pies en el borde externo de los zapatos.

-Manos temblorosas: Buscaremos un soporte sobre el que descansar una de las manos y utilizaremos la otra para cruzarla encima.

-Falta de aliento: Es el resultado de respirar de manera superficial desde el pecho. Respire hondo desde el abdomen. Inhale antes de empezar. Haga una pausa y respire al final de una idea.

-Palmas sudorosas: Es conveniente tener un pañuelo en el bolsillo.

Spring Asher y Wicke Chambers

Lenguaje no verbal

Autor: María Álvarez

Más del 60% de la comunicación se basa en el lenguaje no verbal, decisivo en entrevistas de trabajo y en las relaciones sociales.

¿Vale un gesto más que mil palabras? Parece ser que sí. Al menos, a juzgar por las palabras de los expertos en comunicación que indican que más del 60% de la comunicación está dominada por nuestros gestos y ademanes, por el lenguaje no verbal. Estas conclusiones son muy recientes, ya que el estudio científico de este tipo de comunicación se inició a comienzos del siglo XX con la investigación de las expresiones del rostro, un trabajo cuyos resultados no fueron demasiado alentadores.

La importancia de los gestos

En la década de los cincuenta la investigación cobró fuerza y un grupo de científicos (entre los que destacaron Ray L. Birdwhistell, Albert E. Scheflen o Paul Ekman&) enfocó el tema siguiendo una metodología científica que analizó la comunicación en su conjunto, abarcando diversos campos de la ciencia, como la psicología, la psiquiatría, la sociología, la antropología. En el año 1971 Flora Davis publicó en Estados Unidos el libro "La Comunicación No Verbal", obra en la que recogió un resumen de estas investigaciones y que muestra cómo la parte visible de un mensaje es por lo menos tan importante como la audible, ya que los humanos nos comunicamos a muchos niveles simultáneamente, tanto de forma consciente como inconsciente.

La importancia que los diversos autores conceden a esta parte visible del mensaje "varía levemente, pero todos apuntan el predominio de lo no verbal frente a lo verbal", según indica Alejandro Salgado, profesor de Comunicación Interpersonal en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Este docente subraya que otro estudioso de este campo, Albert Mehrabian, ya indicó que en la comunicación interpersonal el 93% del significado procede de lo no verbal (el 58% correspondería a los gestos, el 35% al uso de la voz para transmitir palabras y sólo el 7% restante del significado recaería en la importancia de la palabra). Otros autores, como Ray Birdwhistell, hacen recaer sobre los gestos el 60% de la comunicación, frente al 40% de la importancia de las palabras. La comunicación no verbal, como aclara Salgado, se compone esencialmente de:

Kinésica: Se trata de los gestos, las posturas y los movimientos del cuerpo.

Proxémica: Es la disposición de los objetos en un espacio, y cómo las personas se desenvuelven en un lugar. El mantenimiento de la conocida como

"burbuja personal", la distancia, es algo de suma importancia en todas las culturas. Muchas veces, el hecho de que una persona nos caiga mal se debe a una diferencia en la percepción de la distancia mínima entre la otra persona y nosotros.

Paralenguaje: Es el uso de voz para transmitir las palabras. Sonreír, mover las manos de un modo u otro ¿dónde se encuentra el origen de nuestros gestos, son rasgos innatos o aprendidos? Diego Sala, profesor de Comunicación de la Escuela Internacional de Protocolo explica que son consecuencia de un proceso mixto entre aprendizaje y genética. No cabe duda de que hay gestos innatos, gestos que son propios de la sociedad en la que nos encontramos, y otros tomados por imitación, como un gesto o tic 'copiado' de nuestros progenitores. Pero no siempre ocurre de este modo y hay estudios que constatan que los niños, aun antes de nacer, ya sonríen; asimismo, los niños ciegos de nacimiento esbozan una sonrisa que no han podido aprender por imitación de quienes están a su alrededor. Otros gestos y elementos no verbales son culturales, "algunos comunes a todas las culturas, y otros específicos. En la cultura oriental, por ejemplo, el contacto táctil apenas existe, y el uso de colores en ceremonias y rituales es diferente al nuestro", explica Salgado. Porque, efectivamente, los dos expertos coinciden en señalar que la educación que recibimos es crucial para nuestro comportamiento no verbal, un aspecto que revela más de lo que sospechamos de nosotros mismos. ¿Hay que tener en cuenta, entonces, este tipo de comunicación?.

Una herramienta muy útil

No hay duda de la importancia del lenguaje que no se expresa con las palabras, ya que sólo alguien "que actúe o domine mucho la destreza de comunicación simulará o nos engañará", según indica el profesor de la Universidad salmantina. De hecho, la primera impresión es fundamental en casi todas nuestras relaciones con los demás. Lo que nos transmite alguien en un primer encuentro da lugar a una idea que se forma en nuestro inconsciente al instante de haber conocido a la persona. Un brevísimo periodo de tiempo que nos basta para decidir si alguien nos agrada o desagrada y si queremos mantener o no algún tipo de relación con ella. Porque el modo de saludar o movernos dice todo de nosotros, "desde el interés que tenemos por los demás hasta si nos encontramos nerviosos, seguros o extremadamente relajados", explica el profesor salmantino. Sala señala además que el lenguaje no verbal es esencial para transmitir sentimientos y sensaciones: "Miradas, gestos de apoyo" son imprescindibles para trasladar sentimientos a las personas de nuestro entorno", especialmente la mirada y las manos, un instrumento muy preciso para transmitir los estados de ánimo, "por lo que hay que saber utilizarlas como apoyo para enfatizar argumentos o ideas", dice.

El cuerpo también "se chiva" cuando se miente o se fuerza una situación, y por este motivo las situaciones personales se resuelven mejor cara a cara que por teléfono u otro medio, donde se puede perder una importante parte del mensaje, aunque también la voz transmite mucha información. Una frase puede ocultar el significado contrario al que está expresando, según la entonación que se utilice, y los silencios también transmiten mucha información sobre cómo se encuentra realmente el otro, "bien por otorgar, bien por ser valorativos...", subraya Salgado.

Los profesionales de los medios de comunicación visuales o los políticos son grandes conocedores de la importancia de controlar la postura o las expresiones faciales, y saben que todo comunica, desde el uso de los gestos y la voz hasta el diseño de los platós de televisión, el uso del vestuario, los colores. Un ejemplo de ello fue el primer debate televisado de la historia, que enfrentaba a Nixon y Kennedy. Quienes lo escucharon por la radio dieron la victoria a Nixon, por la consistencia de su discurso; por televisión, el vencedor fue Kennedy, debido a su soltura y capacidad de transmitir mediante el lenguaje no verbal. "La comunicación no verbal es una orquesta en donde cada instrumento debe estar correctamente afinado, y entrar en el momento justo", indica Salgado, motivo por el que todos los profesionales relacionados con la imagen aprenden a dominar su propia comunicación no verbal, tanto como a estructurar su discurso.

Conocer el lenguaje no verbal puede servir de ayuda también para enfrentarse a una entrevista laboral, donde los entrevistadores intentan obtener la información que no consta en un currículo: la seguridad y la confianza del candidato, cómo se desenvuelve con las personas, su educación. Un estudio realizado en Reino Unido mostró que la mayoría de las empresas se basan únicamente en la entrevista como método para contratar personal, por lo que causar "una buena impresión inicial en una entrevista de trabajo puede ser incluso más importante que el currículum o las buenas referencias", explica Salgado.

Para los que no dominen sus nervios, existe una esperanza, ya que Remedios Gómez, psicóloga experta en selección de personal, discrepa a este respecto y asegura que el lenguaje no verbal no resulta tan decisivo a la hora de asignar un puesto de trabajo a un candidato, ya que si quien realiza estas entrevistas no es un profesional y se deja guiar por los estereotipos, puede actuar en perjuicio del entrevistado. Gómez es más partidaria de utilizar la comunicación no verbal, en estas ocasiones, para reforzar al otro mediante una escucha activa que se manifieste con gestos de respaldo hacia el candidato, "como mirar con atención o echar el cuerpo hacia delante demostrándole interés". Asimismo, señala la importancia de tener en cuenta que los gestos no se pueden interpretar por separado para evitar obtener conclusiones erróneas. Porque, ¿qué puede decir de nosotros nuestro cuerpo?.

Las pistas

Teniendo en cuenta las afirmaciones de la psicóloga, y evitando conceder una excesiva importancia a las señales que envía nuestro cuerpo, generalmente hay una serie de indicadores en los que los expertos se muestran de acuerdo:

Manos: Generalmente, las palmas hacia arriba y abiertas indican honestidad. Por el contrario, hacia abajo, significan una posición dominante y en ocasiones, poca honestidad. Cerrar la mano y apuntar con un dedo, suele indicar una posición dominante y agresiva. En cuanto a los apretones de mano, si las manos están verticales, significa igualdad. Si una mano está encima, significa dominio y si está debajo, sumisión y recato. Cuando se hace con fuerza significa seguridad. Frotarse las manos significa que hay expectativas positivas o un buen entendimiento entre las partes. Juntar las yemas de los dedos de las manos puede indicar un alto grado de confianza en uno mismo.

Cara: Cuando la mano tapa la boca es señal de mentira, así como tocarse la nariz en múltiples formas o frotarse los ojos. Los ojos muy abiertos, denotan sorpresa, admiración, mientras que los ojos más cerrados o forzadamente cerrados denotan desconfianza, seriedad y desaprobación. Las personas que miran a los ojos suelen inspirar más confianza y ser más sinceras que las que rehuyen la mirada. La mirada puede ser: de negocios, cuando se mira la franja comprendida entre los ojos y la frente; social, que comprende la franja entre los ojos y la boca; e íntima, que comprende la franja situada entre los ojos y el pecho, y puede llegar a recorrer todo el cuerpo. Las miradas de reojo demuestran complicidad o duda.

Cruzar los brazos: es un signo de actitud defensiva, y si se hace con los puños cerrados significa, además, una actitud hostil. Si se cruzan con los pulgares fuera, demuestra superioridad. Si solo nos agarramos un brazo, es un signo de expectantes, una duda entre cruzar los brazos y crear una barrera o soltar el brazo cogido y mostrar confianza al interlocutor.

Cruzar las piernas: También denota una actitud defensiva o desconfianza. Si los brazos, además, sujetan la pierna, significa una actitud cerrada, de terquedad. El cruce de piernas si se está de pie denota actitud a la defensiva, pero si se mantienen ligeramente abiertas denota cordialidad y talante negociador. Si se cruzan los tobillos, es una actitud intermedia entre pasar a defensiva y mostrar confianza.

Si bien es cierto que las personas menos expresivas tienen limitada su capacidad de comunicación, la espontaneidad o la "gracia" no es una medicina que sirva para curar todos los males comunicativos, según indica Diego Sala, que añade que incluso "un exceso de estas características puede

llevarnos a conseguir un efecto totalmente contrario al que buscamos”. Las personas más tímidas o menos expresivas deberían, por tanto, tomar el arma de la naturalidad, pues ser natural es la mejor manera de ser persuasivo: “Actuar tal y como somos y creer en lo que decimos es la fórmula más acertada para saber reaccionar en cualquier momento de expresión pública”, concluye.

Recursos

Bibliográficos:

- ¿Qué nos jugamos cuando hablamos en público?. Pascale Bang-Rouhet. Editorial Alienta. 2009

- Cómo defenderse de los ataques verbales. Barbara Berckhan. Editorial RBA Nueva Empresa. 2004.

- La Comunicación emocional. Carmen Sebastián. Editorial ESIC. 2006.

- Comunicar bien para dirigir mejor. Francesc Borrell. Editorial Gestión 2000. 2001.

- El lenguaje del cuerpo. Allan y Bárbara Pease. Amat Editorial. 2006.

Web:

www.neuronilla.com

www.ted.com